



P-ISSN : 2074-9554 | E-ISSN: 2663-811

Journal of Al-Farahidi's Arts

available online at: fia.tu.edu.iq/index.php/fia



M.M. Hassan Abdullah Salem

The impact of artificial intelligence use in media institutions on the professional values of Iraqi journalists – a field study

E-Mail: Hasan.A.Salim@tu.edu.iq

Keywords:

ificial Intelligence, Iraqi Media, Professional Values, Digital Journalism, Media Regulations

Article history:

Received 28/8/2025
Received in revised form 16/9/2025
Accepted 19/10/2025
Available online 9/12/2025

E-mail Jaa@tu.edu.iq

ABSTRACT

This study aims to explore the impact of employing artificial intelligence (AI) technologies in Iraqi media institutions on journalists' professional values such as objectivity, accuracy, impartiality, independence, and credibility. The research adopted a descriptive-analytical and field-based methodology, using a questionnaire as the primary data collection tool. The sample consisted of 120 randomly selected journalists representing different types of media institutions (print, broadcast, television, and digital). The findings revealed that the level of AI adoption in producing journalistic content was high, with the most affected fields being news reporting and editorial practices. Results also showed that AI contributes significantly to enhancing professional values, particularly objectivity and accuracy, but raised concerns regarding independence and credibility. Moreover, the study highlighted journalists' ambivalent stance: welcoming AI's benefits while expressing reservations about its risks, alongside a strong recognition of the necessity for professional regulations and legal frameworks governing AI use.

©THIS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CCBY LICENSE

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>



انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية على القيم المهنية للصحفيين العراقيين – دراسة ميدانية

م.م حسن عبد الله سالم /جامعة تكريت/ كلية الآداب/ قسم الاعلام

المستخلص:

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية على القيم المهنية للصحفيين، مثل: الموضوعية، الدقة، الحياد، الاستقلالية، والمصداقية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الميداني باستخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات من عينة عشوائية بلغت (120) صحفياً من مختلف المؤسسات الإعلامية (المقروءة، المسموعة، المرئية، والرقمية). أظهرت النتائج أن مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الصحفي جاء بدرجة مرتفعة، وأن أكثر المجالات تأثراً كانت عمل المراسلين والتحرير الصحفي. كما بينت النتائج أن الذكاء الاصطناعي يسهم في تعزيز القيم المهنية وخاصة الموضوعية والدقة، لكنه يثير مخاوف تتعلق بالاستقلالية والمصداقية. وأكدت الدراسة على وجود موقف مزدوج لدى الصحفيين بين الترحيب بفوائد الذكاء الاصطناعي والتحفظ من مخاطره، مع إدراك عالٍ لأهمية وضع تشريعات وضوابط مهنية تنظم استخدامه.

الكلمات المفتاحية : الذكاء الاصطناعي، الإعلام العراقي، القيم المهنية، الصحافة الرقمية، التشريعات الإعلامية.

المقدمة:

يشهد العالم المعاصر ثورة تكنولوجية متسارعة، تُعد تقنيات الذكاء الاصطناعي من أبرز ملامحها وأكثرها تأثيراً في مختلف مجالات الحياة الإنسانية. فقد بات الذكاء الاصطناعي حاضراً في قطاعات الاقتصاد والتعليم والصحة والإدارة، وأصبح يوصف بأنه المحرك الرئيس للانتقال إلى عصر جديد من التطور التكنولوجي. هذه الطفرة لم تقتصر على الجانب الصناعي أو الخدمي، بل امتدت لتشمل صناعة الإعلام والاتصال، باعتبارها من أكثر المجالات حساسية وتأثيراً في تشكيل الوعي الجمعي وصناعة الرأي العام.

لقد ساهم دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى الحقل الإعلامي في إعادة رسم ملامح العمل الصحفي، من خلال أدوات التحرير الآلي، وأنظمة التحقق من الأخبار، وتخصيص المحتوى بما يتناسب مع تفضيلات الجمهور، فضلاً عن تسريع وتيرة جمع المعلومات ومعالجتها. ومع ذلك، فإن هذا التوظيف لم يخلُ من إشكاليات جوهرية تتعلق بمستقبل مهنة الصحافة، والحدود الفاصلة بين ما يمكن أن تقوم به الآلة وما يبقى حكرًا على الإنسان الصحفي.

وتزداد أهمية دراسة هذه التحولات في البيئات الإعلامية العربية، وخاصة في العراق، حيث يواجه الصحفيون تحديات سياسية وأمنية واقتصادية معقدة، تجعل من توظيف الذكاء الاصطناعي سلاحاً ذا حدين. فمن جهة، يمكن لهذه التقنيات أن تعزز من جودة الأداء المهني وتساعد في مواكبة التطورات العالمية في مجال الإعلام الرقمي، ومن جهة أخرى قد تثير مخاوف مرتبطة بالمصادقية، والحياد، والموضوعية، والاستقلالية، وهي قيم مهنية تشكل الأساس في العمل الصحفي.

من هنا تنبع الحاجة إلى بحث علمي يتناول انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية للصحفيين العراقيين، من خلال دراسة ميدانية ترصد اتجاهاتهم ومواقفهم، وتستكشف التحديات والفرص الكامنة وراء إدماج هذه التقنيات في المؤسسات الإعلامية المحلية.

أولاً: مشكلة البحث:

أحدث الذكاء الاصطناعي تحولات عميقة في بيئة الإعلام العالمية، إذ أسهم في تسريع عمليات إنتاج الأخبار، وأتاح إمكانيات واسعة في تحليل البيانات الضخمة، والتحقق من المعلومات، وتخصيص المحتوى بما يتوافق مع تفضيلات الجمهور. غير أن هذا التوظيف ترافق مع جدل واسع حول انعكاساته على الممارسة الصحفية وقيمتها المهنية. فقد أظهرت

دراسات أجنبية أن الذكاء الاصطناعي يعزز الكفاءة والوضوح الهيكلي للنصوص، لكنه يفتقر إلى العمق التحليلي والدقة التي يتميز بها الصحفيون المحترفون (Zhaxylykbayeva et al., 2025). كما بينت دراسات أخرى أن التحديات الأخلاقية تتمثل في تحيز البيانات، وانتهاك

الخصوصية، وغياب التشريعات المنظمة، مما يثير مخاوف حقيقية بشأن مستقبل الصحافة (Alzoubi et al., 2024). (Gutiérrez-Caneda et al., 2024)

وعلى المستوى العربي، كشفت دراسات ميدانية أن توظيف الذكاء الاصطناعي لا يزال محدوداً ومحاطاً بتحديات تقنية وتنظيمية. ففي فلسطين مثلاً، أظهرت نتائج أن غالبية الصحفيين يرون أن هذه التقنيات ستبقى أدوات مساندة للعنصر البشري لا بديلاً عنه (خلف، 2024). بينما في مصر، بينت نتائج ميدانية أن 60% من الصحفيين يعتبرون أن الذكاء الاصطناعي ساعد على تطوير المحتوى، في حين رأى 22% أنه أثر سلباً من خلال تقليص فرص العمل الصحفي (إسماعيل، 2022). أما في الأردن، فقد أشارت دراسة حداد (2023) إلى أن المؤسسات الصحفية جاهزة بدرجة متوسطة لتبني هذه التقنيات، مع وجود صعوبات أبرزها ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات.

في السياق العراقي، ورغم تعدد الدراسات التي تناولت الإعلام والذكاء الاصطناعي، إلا أن معظمها ركّز على الجوانب التقنية والتنظيمية أكثر من تركيزه على القيم المهنية الصحفية. فقد أوضحت دراسة الشمري (2024) أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين إدارة المضمون الصحفي، لكنها أشارت إلى الحاجة لتضمين هذه التقنيات في المناهج الأكاديمية. كما توصلت دراسة عبد الأمير كريم وحسن (2025) إلى أن 70% من الصحفيين العراقيين يؤيدون استخدام الذكاء الاصطناعي، وأن 76.3% يرون أنه يحسن جودة العمل، لكن الدراسة لم تتعمق في تحليل تأثيره على القيم المهنية مثل المصداقية والحياد والموضوعية.

ومن هنا تتضح الفجوة البحثية، إذ يظل سؤال العلاقة بين توظيف الذكاء الاصطناعي وانعكاسه على القيم المهنية للصحفيين العراقيين سؤالاً مطروحاً يحتاج إلى دراسة معمقة. فالمعرفة المتوفرة حتى الآن تركز على الجوانب التقنية والتحديات العامة، بينما تبقى مسألة مدى الحفاظ على القيم المهنية في ظل الاستخدام المتزايد لهذه التقنيات في المؤسسات الإعلامية العراقية مجالاً لم يحظ بالاهتمام الكافي.

مشكلة البحث تتلخص بالسؤال الرئيس:

ما مدى انعكاس توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية على القيم المهنية للصحفيين؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة

1 - ما مدى استخدام المؤسسات الإعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الصحفي؟

2 - ما هي مجالات العمل الصحفي التي سوف تتأثر باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي

3 - ما انعكاسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية (الموضوعية، الدقة، الحياد، الاستقلالية، المصداقية)؟

4 - ما هو موقف الصحفيين العراقيين من استخدام الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم؟

5- هل هناك ضوابط أو تشريعات مهنية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية العراقية؟

ثالثاً: أهداف البحث

1 - الكشف عن مستوى استخدام الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية.

2 - بيان تأثير عمل الصحفيين العراقيين باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية.

3 - تحليل مدى تأثير القيم المهنية الصحفية نتيجة هذا الاستخدام.

4 - استكشاف وجهات نظر الصحفيين العراقيين تجاه تقنيات الذكاء الاصطناعي.

5 - تسليط الضوء على الفجوات التنظيمية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الذكاء الاصطناعي.

6 - تقديم توصيات تضمن التوازن بين التقدم التقني والحفاظ على القيم الصحفية.

رابعاً: مصطلحات الدراسة

1- الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence)

• التعريف الاصطلاحي:

عرّفه فرجاني (2021، ص. 55) بأنه أحد أبرز مظاهر الثورة الرقمية، ويتمثل في

الأنظمة القادرة على محاكاة القدرات الذهنية للبشر مثل التفكير، التعلم، وحل المشكلات

باستخدام الخوارزميات. كما أوضحت (Columbia Journalism School 2017, p.

(12) أن الذكاء الاصطناعي في الإعلام يشمل تطبيقات الكتابة الآلية، التحقق من الأخبار، وتخصيص المحتوى للجمهور.

• التعريف الإجرائي:

يقصد به في هذه الدراسة جميع التطبيقات التي تستخدمها المؤسسات الإعلامية العراقية (مقروءة، مسموعة، مرئية، ورقمية) في جمع الأخبار، إنتاج المحتوى، وإدارة التحرير، سواء بشكل كلي أو جزئي.

2- القيم المهنية الصحفية (Professional Journalism Values)

• التعريف الاصطلاحي:

أشار موسى وعبد الفتاح (2020، ص. 44) إلى أن القيم المهنية في الصحافة تتمثل في الموضوعية، الدقة، الحياد، الاستقلالية، والمصداقية، وهي القيم التي تشكل جوهر الممارسة الإعلامية المسؤولة. كما بين (Gutiérrez-Caneda et al. (2024, p. 8 أن هذه القيم تعد مرجعاً أساسياً عند دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار.

• التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذا البحث مستوى التزام الصحفيين العراقيين بالقيم المهنية أثناء استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في عملهم الصحفي اليومي.

3- الممارسة الصحفية (Journalistic Practice)

التعريف الاصطلاحي:

عرّفت سليمان (2023، ص. 22) الممارسة الصحفية بأنها جميع الأنشطة المهنية التي يقوم بها الصحفي من جمع المعلومات، التحرير، التحقق، وصياغة المواد الإعلامية بما يتوافق مع المعايير المهنية. وأكدت (Zhaxylykbayeva et al. (2025, p. 3 أن هذه الممارسات تواجه تحديات عند مقارنة إنتاج الذكاء الاصطناعي بالمحتوى البشري.

• التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذه الدراسة الكيفية التي يوظف بها الصحفيون العراقيون تقنيات الذكاء الاصطناعي في أنشطتهم اليومية، ومدى انعكاس ذلك على جودة أدائهم المهني

4- المؤسسات الإعلامية(Media Institutions)

• التعريف الاصطلاحي:

عرفها حداد (2023، ص. 39) بأنها الكيانات الصحفية التي تقوم بإنتاج وتوزيع المحتوى عبر وسائل مطبوعة ومسموعة ومرئية ورقمية، وتشمل الصحف، القنوات، والإذاعات. فيما أشار (Alalaq, 2025, p. 10) إلى أن هذه المؤسسات تمثل الفاعل الرئيس في تبني الذكاء الاصطناعي ضمن سياسات الدولة للتحويل الرقمي.

• التعريف الإجرائي:

يقصد بها في هذه الدراسة المؤسسات الإعلامية العراقية (الحكومية والخاصة والرقمية) التي يعمل بها الصحفيون المشاركون في عينة البحث.

خامساً : الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

- الشمري: (2024) تناولت دراسته توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين. اعتمد المنهج الوصفي المسحي على عينة مكونة من (120) صحفياً، وتوصلت النتائج إلى أهمية توظيف الذكاء الاصطناعي في إدارة المضمون الصحفي، مع تأكيد الحاجة إلى إدخال مقررات أكاديمية متخصصة في كليات الإعلام.
- عبد الأمير كريم وحسن: (2025) هدفت دراستهما إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين العراقيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي، وشملت عينة عمدية من (80) صحفياً. أظهرت النتائج أن 70% يؤيدون استخدام الذكاء الاصطناعي، وأن 76.3% يرون أنه يحسن جودة العمل الصحفي، فيما جاء التقرير الصحفي في المرتبة الأولى من حيث الأشكال الفنية الأكثر استخداماً.
- خلوف: (2024) درست انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من وجهة نظر القائمين بالاتصال. طبقت الدراسة على (40) صحفياً، وأظهرت أن غالبية المبحوثين يعتبرون الذكاء الاصطناعي أداة مساندة للعامل البشري لا بديلاً عنه، مع وجود حاجة لتدريبات معمقة.

- **إسماعيل: (2022)** بحثت اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية، وشملت مواقع *المصري اليوم* و*مصرأوي* والقاهرة 24. توصلت النتائج إلى أن 60% من الصحفيين رأوا أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تطوير المحتوى، بينما اعتبر 22% أنه أثر سلبياً على فرص العمل.
- **حداد: (2023)** تناولت توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية، بالاعتماد على منهجي المسح والعلاقات المتبادلة. شملت العينة (300) من أعضاء نقابة الصحفيين الأردنيين، وكشفت النتائج أن المؤسسات جاهزة بدرجة متوسطة لتبني الذكاء الاصطناعي، وأن أبرز الصعوبات تتعلق بضعف الإلمام بالخوارزميات.
- **سليمان: (2023)** درست اتجاهات الصحفيين المتخصصين في مصر نحو توظيف الذكاء الاصطناعي، بالاعتماد على عينة قوامها (90) صحفياً متخصصاً. أكدت النتائج أهمية تدريب جيل جديد من الصحفيين يجيد التعامل مع هذه التقنيات، وضرورة تضيق الفجوة بين الصحفيين والتقنيين.
- **عبد الخالق محمد: (2025)** تناولت اتجاهات النخبة الإعلامية في البحرين نحو توظيف الذكاء الاصطناعي. طبقت على (120) من الصحفيين وأساتذة الإعلام، وأشارت النتائج إلى ارتفاع وعي النخبة بهذه التقنيات، مع ضعف اهتمام المؤسسات الصحفية بتبنيها.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

- **brahim & Al-Hiti (2023)** درست التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه توظيف الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية. اعتمدت على استبانة شملت (322) من النخب الإعلامية، وأظهرت أن أبرز العقبات تتمثل في ضعف القدرات التقنية للعاملين وصعوبة التحقق من مصداقية البيانات.
- **Hagerty & Rubinov (2019)** قدما مراجعة عالمية حول الأبعاد الاجتماعية والأخلاقية للذكاء الاصطناعي. بينت النتائج أن البلدان النامية أكثر عرضة للتأثيرات السلبية لهذه التقنيات، مع ضرورة إجراء بحوث إثنوغرافية لفهم آثارها المحلية.

- (2025) Alalag حل مؤثر جاهزية الحكومات للذكاء الاصطناعي (GARI) مع دراسة حالة العراق. أظهرت النتائج أن العراق يعاني من ضعف البنية التحتية والسياسات الداعمة، وأوصى بتعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص.
 - (2025) Zhaxylykbayeva et al. أجرت مقارنة بين المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي والمحتوى البشري في كازاخستان. أوضحت النتائج أن الذكاء الاصطناعي أكثر حيادية ووضوحاً، بينما تميزت النصوص البشرية بالدقة والعمق التحليلي.
 - (2024) Alzoubi et al. درست التحديات الأخلاقية للذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار الأردنية، من خلال مقابلات معمقة مع (14) صحفياً في قناة المملكة. كشفت النتائج عن تحديات تتعلق بتحيز البيانات، انتهاك الخصوصية، وغياب التشريعات المنظمة.
 - (2024) Gutiérrez-Caneda et al. بحثت التحديات الأخلاقية والمهنية من وجهة نظر الإعلاميين والخبراء. أكدت النتائج على وجود توترات بين التقنية والممارسة الصحفية، وأوصت بضرورة إرشادات مهنية وتشريعات واضحة.
 - (2025) Azziz درست توظيف الذكاء الاصطناعي في الإشعارات الإخبارية بمواقع عراقية، على عينة من (45) صحفياً. أظهرت النتائج أن ضعف الوعي والأمية الرقمية حالاً دون تبني هذه الخدمة رغم توفر الإمكانيات.
- أوجه التشابه والاختلاف**
- اتفقت معظم الدراسات (العربية والأجنبية) على أن الذكاء الاصطناعي يشكل فرصة لتعزيز سرعة ودقة العمل الصحفي، لكنه في الوقت نفسه يطرح تحديات مهنية وأخلاقية.
 - ركزت بعض الدراسات العربية (مثل: الشمري 2024، عبد الأمير كريم وحسن 2025) على السياق العراقي بشكل أساسي، لكنها لم تتعمق في تحليل انعكاس الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية تحديداً.

• أما الدراسات الأجنبية (مثل Zhaxylykbayeva et al. 2025، Alzoubi et al. 2024) فقد أولت اهتماماً أكبر بالجانب الأخلاقي والمهني، خصوصاً في ما يتعلق بالتحيز والشفافية والمصادقية.

التعليق على الدراسات السابقة

يتضح أن معظم الأدبيات السابقة، رغم أهميتها، ركزت على التوظيف التقني أو التحديات العامة المرتبطة بالذكاء الاصطناعي، بينما لم تُعْطِ اهتماماً كافياً لمسألة انعكاس هذه التقنيات على القيم المهنية للصحفيين العراقيين. ومن هنا يسعى هذا البحث إلى سد هذه الفجوة من خلال دراسة ميدانية تستكشف اتجاهات الصحفيين العراقيين نحو الذكاء الاصطناعي، وكيفية تأثيره على التزامهم بالقيم المهنية الأساسية كالحياد، الموضوعية، المصادقية، والاستقلالية

الإطار النظري

1- الذكاء الاصطناعي: المفهوم والانتشار

يُعدّ الذكاء الاصطناعي (AI) من أهم إنجازات الثورة الصناعية الرابعة، إذ انتقل من نطاق الدراسات النظرية إلى التطبيق العملي الذي بات يلامس جميع جوانب الحياة الإنسانية. في بداياته كان الذكاء الاصطناعي يقتصر على محاولات أكاديمية في محاكاة بعض القدرات البشرية، مثل إدراك الأنماط أو القيام بعمليات حسابية معقدة. إلا أن التطورات المتسارعة في قدرات الحوسبة وتراكم البيانات الضخمة (Big Data) والتقدم في تقنيات التعلم الآلي (Machine Learning) جعلت الذكاء الاصطناعي عنصراً فاعلاً في شتى القطاعات (Hagerty & Rubinov, 2019).

لقد توسعت تطبيقات الذكاء الاصطناعي بشكل لافت في العقدين الأخيرين، حيث دخلت إلى مجالات الاقتصاد عبر أنظمة التنبؤ بالأسواق وإدارة المخاطر المالية، وفي القطاع الصحي عبر أدوات التشخيص المبكر للأمراض وتحليل الصور الطبية، وفي قطاع التعليم من خلال أنظمة التعلم التكيفي (Adaptive Learning Systems) التي تتيح تجربة تعليمية فردية لكل متعلم. كما امتد تأثيره إلى مجالات الإدارة الحكومية عبر تحسين الخدمات العامة وتطوير أنظمة الحوكمة الرقمية. (Alalaq, 2025) هذه الاستخدامات جعلت من الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة تقنية، بل إطاراً شاملاً لإعادة تعريف أسلوب العمل البشري.

وفي المجال الإعلامي على وجه الخصوص، بات الذكاء الاصطناعي يلعب دوراً محورياً في عمليات إنتاج المحتوى وتوزيعه. فقد كانت وكالات الأنباء الدولية من أوائل المؤسسات التي أدخلت تقنيات التحرير الآلي لإنتاج الأخبار الروتينية والمتكررة، الأمر الذي وفر جهداً ووقتاً للصحفيين وأتاح لهم التركيز على التحقيقات والقصص المعقدة. (Fanta, 2017) كما أن منصات الإعلام الرقمي باتت تعتمد على خوارزميات توصية المحتوى (Recommendation Algorithms) لتخصيص الأخبار وفقاً لتفضيلات الجمهور، بما يحقق

مستويات أعلى من التفاعل والوصول. (Marinescu et al., 2022)

رغم هذه الإيجابيات، فإن انتشار الذكاء الاصطناعي أثار نقاشات عميقة حول انعكاساته الاجتماعية والثقافية. فقد أظهرت مراجعة عالمية أن البلدان النامية أكثر عرضة للتأثيرات السلبية للذكاء الاصطناعي، حيث قد يؤدي إلى تعميق الفجوة الرقمية وزيادة مستويات عدم المساواة الاجتماعية. (Hagerty & Rubinov, 2019) وفي السياق العربي، بيّنت بعض الدراسات أن المؤسسات الإعلامية تمتلك إدراكاً متزايداً بأهمية هذه التقنيات، إلا أن ضعف البنية التحتية والأمية الرقمية يظلان من أبرز العوائق أمام استثمارها بالشكل الأمثل (عبد الأمير كريم & حسن، 2025؛ بومخيلة، 2023)

وإذا كان الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة كبيرة لإعادة هيكلة الصناعات المختلفة، فإنه في الوقت نفسه يطرح تحديات أخلاقية وتشريعية عميقة. فقد أكدت تقارير دولية أن غياب الأطر التنظيمية الواضحة يزيد من المخاطر المرتبطة باستخدام هذه التقنيات، خصوصاً في ما يتعلق بالخصوصية، وحماية البيانات، والتحييزات الخوارزمية (Alzoubi et al., 2024; Gutiérrrez–Caneda et al., 2024).

معاً النظر إلى الذكاء الاصطناعي ليس فقط كأداة تقنية، بل كظاهرة اجتماعية وثقافية لها أبعاد ممتدة على القيم الإنسانية والمهنية.

من هنا يمكن القول إن الذكاء الاصطناعي تجاوز كونه مجرد "تكنولوجيا جديدة" إلى كونه تحولاً بنيوياً يفرض على المجتمعات والدول، لا سيما في العالم العربي، التعامل معه بوعي أكبر واستراتيجيات واضحة، تضمن الاستفادة من إمكاناته مع تقليل مخاطره. وهو ما يجعل دراسة انعكاساته على المجالات الحساسة مثل الإعلام أمراً بالغ الأهمية، نظراً لارتباط الإعلام المباشر بتشكيل الوعي الجمعي وصناعة الرأي العام.

2- الذكاء الاصطناعي والإعلام

أحدث دخول الذكاء الاصطناعي إلى ميدان الإعلام تحولاً جوهرياً في طبيعة الممارسة الصحفية، إذ لم يعد العمل الإعلامي يعتمد فقط على الجهد البشري، بل أصبح يتكامل مع أنظمة ذكية قادرة على إنتاج الأخبار، تحليل البيانات، والتحقق من المعلومات. وقد أشار تقرير صادر عن *Columbia Journalism School (2017)* إلى أن أهم مجالات تطبيق الذكاء الاصطناعي في الإعلام تشمل: الكتابة الآلية للأخبار، التدقيق والتحقق من صحة المعلومات، تخصيص المحتوى للجمهور، والتحليل العميق للبيانات الضخمة. هذه التطبيقات تمثل نقلة نوعية من حيث السرعة والدقة والكفاءة.

كانت وكالات الأنباء الدولية السبّاقة في هذا المجال، حيث استخدمت أنظمة تحرير آلية لإنتاج الأخبار الروتينية مثل نتائج المباريات أو تقارير البورصة، الأمر الذي وفر وقتاً وجهداً للصحفيين، وأتاح لهم التركيز على التحقيقات الصحفية والقصص الإنسانية الأكثر عمقاً (Fanta, 2017). وتوسع هذا التوجه ليشمل مؤسسات إعلامية رقمية تستخدم خوارزميات توصية المحتوى لتحديد الأخبار التي يفضلها الجمهور وعرضها بشكل مخصص، وهو ما زاد من نسب التفاعل مع المنصات الإلكترونية (Marinescu et al., 2022).

ورغم أن هذه التقنيات تفتح آفاقاً جديدة أمام المؤسسات الإعلامية، إلا أنها في الوقت نفسه تثير تحديات مهنية وأخلاقية. فقد أوضحت دراسات أن الذكاء الاصطناعي قادر على تحسين الكفاءة التحريرية، لكنه قد يضعف من العمق التحليلي للمحتوى ويزيد من احتمالية انتشار الأخبار المضللة في حال لم تتم مراقبته من قبل الصحفيين (Zhaxylykbayeva et al., 2025). وتؤكد هذه النتائج أن التكنولوجيا لا يمكن أن تحل محل الصحفي البشري بالكامل، وإنما تعمل كأداة مساندة.

في السياق العربي، أظهرت الدراسات أن توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام لا يزال محدوداً وغير متوازن. ففي مصر، كشفت دراسة ميدانية أن نحو 60% من الصحفيين أكدوا أن هذه التقنيات ساعدت على تطوير المحتوى الصحفي، بينما رأى 22% أنها أثرت سلبياً على فرص العمل داخل المؤسسات (إسماعيل، 2022). أما في الأردن، فقد تبين أن المؤسسات الصحفية جاهزة بدرجة متوسطة لتبني الذكاء الاصطناعي، مع وجود معوقات تتعلق بضعف المهارات التقنية للصحفيين (Haddad, 2023). وفي العراق، أكدت أبحاث أن

معظم المواقع الإخبارية لم تدخل فعلياً في توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي، خصوصاً في مجال الإشعارات الإخبارية، بسبب ضعف الوعي الرقمي ونقص التدريب. (Azziz, 2025)

على المستوى المؤسسي، ارتبط توظيف الذكاء الاصطناعي بقدرة المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في البنية التحتية وتدريب الكوادر البشرية. إذ أشارت دراسة جزائرية إلى أن تكيف الصناعة الإعلامية مع هذه التقنيات يتطلب إدماجها ضمن استراتيجيات واضحة، إلى جانب توفير بيئة تشريعية وتنظيمية داعمة. (Boumkheila, 2023) أما في البحرين، فقد تبين أن النخبة الإعلامية أكثر وعياً بأهمية هذه الأدوات، بينما لا تزال المؤسسات الصحفية بطيئة في تطبيقها (عبد الخالق محمد، 2025).

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والإعلام تتسم بازدواجية؛ فهي من جهة توفر إمكانيات غير مسبقة لتحسين جودة وسرعة العمل الصحفي، لكنها من جهة أخرى تثير مخاوف مهنية وأخلاقية تتعلق بالمصداقية، الشفافية، وضمان التوازن بين الإنسان والتقنية. ومن هنا تظهر الحاجة إلى وضع استراتيجيات متكاملة تمكن المؤسسات الإعلامية، وخاصة في البيئات العربية، من الاستفادة من الذكاء الاصطناعي دون التفريط بالقيم المهنية التي تشكل جوهر العمل الصحفي.

3- القيم المهنية الصحفية في ظل الذكاء الاصطناعي

تُعد القيم المهنية من أهم ركائز العمل الصحفي، إذ تشكل البوصلة التي توجه سلوك الصحفيين وتضمن التزامهم بالمعايير الأخلاقية في ممارسة المهنة. ومن أبرز هذه القيم: الموضوعية، الدقة، المصداقية، الحياد، والاستقلالية. وقد ارتبطت هذه القيم تاريخياً بمسؤولية الصحافة تجاه المجتمع بوصفها أداة للتنوير والرقابة على السلطة. غير أن دخول تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى غرف الأخبار أعاد فتح النقاش حول مدى قدرة الصحفيين والمؤسسات على الحفاظ على هذه المبادئ في ظل الاعتماد المتزايد على الآلة.

تشير بعض الدراسات إلى أن الإفراط في الاعتماد على الذكاء الاصطناعي قد يهدد القيم المهنية التقليدية، إذ أن الخوارزميات قد تُنتج محتوى يفتقر إلى العمق التحليلي والبعد الإنساني الذي يتميز به الصحفي البشري. (Musa & Abdel Fattah, 2020) كما أن المحتوى المولّد آلياً، رغم ما يتسم به من حيادية ووضوح هيكلي، قد يعجز عن تقديم رؤية تحليلية

متكاملة للحدث أو ربطه بسياقاته الاجتماعية والسياسية (Zhaxylykbayeva et al., 2025).

إضافة إلى ذلك، فإن أبرز التحديات الأخلاقية التي تثيرها أنظمة الذكاء الاصطناعي تتمثل في تحيز البيانات، إذ قد تعكس الخوارزميات انحيازات ضمنية متعلقة بالجهة التي قامت بتصميمها أو بالبيانات التي تم تدريبها عليها. كما أن غياب الشفافية في عمل هذه الأنظمة يثير تساؤلات حول المسؤولية الصحفية في حال نشر أخبار مضللة أو غير دقيقة (Gutiérrez-Canada et al., 2024). وقد أشار باحثون إلى أن هذه التحديات تجعل من الضروري وجود رقابة بشرية مستمرة على المخرجات التقنية لضمان توافقها مع القيم المهنية (Alzoubi et al., 2024).

في السياق العربي، أظهرت بعض الدراسات أن الصحفيين يعبرون عن مزيج من الحماس والقلق تجاه هذه التحولات. ففي مصر، تبين أن نسبة من الصحفيين ترى أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تطوير المحتوى، لكن آخرين أبدوا تخوفاً من تأثيره السلبي على فرص العمل الصحفي (إسماعيل، 2022). كما أوضحت دراسة سليمان (2023) أن الصحفيين المتخصصين يرون ضرورة تدريب جيل جديد يجيد التعامل مع هذه التقنيات مع الحفاظ على القيم المهنية، معتبرين أن الاستخدام الأمثل للذكاء الاصطناعي يجب أن يكون مكملاً لا بديلاً عن الصحفي البشري.

أما في فلسطين، فقد توصلت النتائج إلى أن غالبية الصحفيين يرون في الذكاء الاصطناعي أداة مساعدة تعزز عملهم ولا تحل محلهم، لكنهم في الوقت نفسه أبدوا تحفظات بشأن المخاطر المرتبطة بالمصداقية والشفافية (خلوف، 2024). وفي العراق، ورغم تأييد شريحة واسعة من الصحفيين لاستخدام الذكاء الاصطناعي، إلا أن الدراسات أشارت إلى غياب التركيز الكافي على انعكاساته المباشرة على القيم المهنية (عبد الأمير كريم & حسن، 2025).

يتضح مما سبق أن العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والقيم المهنية علاقة مركبة، تتسم بالتكامل أحياناً وبالتوتر أحياناً أخرى. فمن جهة، تتيح هذه التقنيات فرصاً لتعزيز الدقة والسرعة والقدرة على التحقق من المعلومات. ومن جهة أخرى، تفرض تحديات أخلاقية قد تؤثر في جوهر العمل الصحفي إذا لم يتم ضبطها وتشريعها. ومن ثم، فإن مستقبل الممارسة الإعلامية في ظل الذكاء الاصطناعي مرهون بقدرة المؤسسات والصحفيين على تحقيق التوازن بين

الاستفادة من إمكاناته التقنية والحفاظ على القيم المهنية التي تشكل أساس الثقة بين الإعلام والجمهور.

4- التحديات المؤسسية والتنظيمية

لا يقتصر توظيف الذكاء الاصطناعي في الإعلام على الجانب التقني فحسب، بل يرتبط بمدى جاهزية المؤسسات الإعلامية من حيث البنية التحتية، السياسات التنظيمية، والقدرات البشرية. فقد أظهرت الدراسات أن هذه التحديات تمثل عقبة أساسية أمام دمج الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار. ففي الأردن مثلاً، تبين أن المؤسسات الصحفية جاهزة بدرجة متوسطة، لكن ضعف الإلمام بمفاتيح الخوارزميات والتدريب المحدود شكلاً أبرز المعوقات (Haddad, 2023). وفي العراق، أوضحت نتائج ميدانية أن أبرز المشكلات تكمن في ضعف القدرات التقنية للعاملين، والتمسك بالأدوار التقليدية على حساب تبني الأدوار الجديدة التي يفرضها عصر الذكاء الاصطناعي. (Ibrahim & Al-Hiti, 2023)

كما أن غياب استراتيجيات وطنية واضحة في بعض الدول العربية يحد من قدرة المؤسسات الإعلامية على الاستفادة الكاملة من هذه التقنيات. فقد أشار تحليل لمؤشر جاهزية الحكومات للذكاء الاصطناعي إلى أن العراق يواجه تحديات تتعلق بضعف السياسات العامة وقلة الاستثمار في التعليم والتدريب، ما ينعكس على تباطؤ المؤسسات الإعلامية في تبني الذكاء الاصطناعي. (Alalaq, 2025) وفي المقابل، أظهرت نتائج من البحرين والجزائر أن ضعف الاهتمام المؤسسي بالتقنيات الحديثة يعد من العوامل الرئيسية التي تؤخر دمج الذكاء الاصطناعي في صناعة الإعلام) عبد الخالق محمد، 2025؛ (Boumkheila, 2023)

وعليه، يمكن القول إن التحديات المؤسسية والتنظيمية تشكل حاجزاً مزدوجاً أمام الإعلام العربي، فهي من جهة تتعلق بنقص المهارات التقنية والقدرات البشرية، ومن جهة أخرى ترتبط بضعف الأطر التنظيمية والسياسات الوطنية، مما يستدعي بناء استراتيجيات شاملة لدعم التحول الرقمي الإعلامي بما يتوافق مع القيم المهنية والاحتياجات المحلية.

5- مستقبل الممارسة الصحفية في ظل الذكاء الاصطناعي

يمثل المستقبل الصحفي في ظل الذكاء الاصطناعي موضوعاً مثيراً للجدل بين الباحثين والممارسين. فبينما يرى البعض أن هذه التقنيات قد تهدد فرص العمل الصحفي عبر إحلال الأنظمة الآلية محل الصحفيين، إلا أن الرأي الغالب يؤكد أنها ستبقى أدوات مساندة

تعزز كفاءة الصحفي البشري دون أن تستبدله كلياً. (Larara & Nadheer, 2023) وتشير الأدبيات إلى أن دمج الذكاء الاصطناعي في الإعلام يعيد صياغة أدوار الصحفي، بحيث يتحول من مجرد ناقل للمعلومة إلى محلل ومفسر قادر على توظيف البيانات الضخمة وتقديم محتوى أكثر عمقاً. (Zhaxylykbayeva et al., 2025)

كما أن مستقبل الصحافة لن يتحدد فقط بالتطورات التقنية، بل أيضاً بقدرة المؤسسات الإعلامية على تبني سياسات تدريبية وتنظيمية تراعي القيم المهنية. فقد أوصت دراسات بضرورة إعداد جيل جديد من الصحفيين يمتلك مهارات مزدوجة تجمع بين العمل الإعلامي التقليدي وفهم تقنيات الذكاء الاصطناعي (سليمان، 2023؛ Abdulmajeed & Fahmy, 2022). وفي السياق الدولي، تحذر الأبحاث من أن الدول النامية قد تكون أكثر عرضة لتأثيرات الذكاء الاصطناعي السلبية، ما لم تواكب هذه التحولات ببناء القدرات البشرية وتطوير التشريعات. (Hagerty & Rubinov, 2019)

بذلك يمكن القول إن مستقبل الممارسة الصحفية سيكون قائماً على التكامل بين الإنسان والتقنية، حيث يعمل الصحفي كحارس للقيم المهنية والبعد الإنساني، فيما توفر أدوات الذكاء الاصطناعي الدعم التقني والسرعة والكفاءة، وهو ما يجعل العلاقة بين الطرفين علاقة شراكة لا إحلال.

الطريقة والإجراءات

التمهيد

يُعد تحديد الطريقة والإجراءات خطوة محورية في أي دراسة علمية، إذ تمثل الأداة التي تترجم الإطار النظري إلى بيانات ملموسة يمكن تحليلها وتفسيرها. فالاختيار السليم للمنهج وأدوات جمع المعلومات يضمن دقة النتائج ويعزز من مصداقية البحث. وتزداد أهمية هذه الخطوة في الدراسات الإعلامية الميدانية، نظراً لطبيعة الظواهر التي تتسم بالتغير السريع والتأثر بالتطورات التكنولوجية. وانطلاقاً من موضوع هذا البحث، الذي يسعى إلى الكشف عن انعكاسات توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية للصحفيين العراقيين، كان من الضروري اختيار منهج يتسم بالمرونة والقدرة على الوصف والتحليل، مع تصميم أداة بحثية مناسبة لقياس اتجاهات الصحفيين بشكل مباشر.

المنهجية

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لدراسة الظواهر الإعلامية والاجتماعية كما هي في الواقع، حيث يتيح وصف استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية العراقية، وتحليل انعكاساتها على قيم المصداقية، الموضوعية، الحياد، والدقة. يقوم هذا المنهج على جمع البيانات من عينة ممثلة لمجتمع الدراسة، ثم تنظيمها وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية الملائمة للوصول إلى نتائج علمية. وقد اختير هذا المنهج دون غيره لأنه يجمع بين الوصف الكمي للظاهرة والتحليل الكيفي للنتائج، بما يضمن فهماً متكاملًا للموضوع.

مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العراقية بمختلف أنواعها (المقروءة، المسموعة، المرئية، الرقمية). ونظراً لاتساع هذا المجتمع وصعوبة حصره كاملاً، فقد تم اختيار عينة عشوائية قوامها (120) صحفياً يمثلون مختلف المؤسسات الإعلامية في عدد من المحافظات العراقية. وراعى الباحث في اختيار العينة تحقيق التنوع من حيث الجنس، سنوات الخبرة، نوع المؤسسة الإعلامية، والفئة العمرية، بما يعكس صورة متوازنة لواقع الممارسة الصحفية في العراق.

ولإبراز الخصائص الأساسية لعينة الدراسة، يوضح الجدول الآتي السمات الديموغرافية للمبحوثين:

جدول (1): السمات الديموغرافية لعينة الدراسة (N=120)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %	النسبة التراكمية %
النوع	ذكر	57	47.5	47.5
	أنثى	63	52.5	100.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	32	26.7	26.7
	من 5 إلى 10 سنوات	43	35.8	62.5
	أكثر من 10 سنوات	45	37.5	100.0
نوع المؤسسة	قناة فضائية	28	23.3	23.3
	صحيفة مطبوعة	42	35.0	58.3
	موقع إلكتروني	33	27.5	85.8
	وكالة إخبارية	12	10.0	95.8

أخرى	5	4.2	100.0
العمر	أقل من 30 سنة	44	36.7
	من 30-40 سنة	53	80.8
	من 40-50 سنة	15	93.3
	أكبر من 50 سنة	8	6.7
			100.0

تشير البيانات الواردة في الجدول (1) إلى أن غالبية العينة من الإناث (52.5%) مقابل (47.5%) من الذكور، وأن أكثر من ثلث المبحوثين لديهم خبرة تتجاوز (10) سنوات، مما يعكس خبرة مهنية جيدة. كما يتضح أن الصحف المطبوعة تمثل النسبة الأكبر من المؤسسات الإعلامية (35.0%)، يليها المواقع الإلكترونية (27.5%)، وهو ما يعكس التحول التدريجي نحو الإعلام الرقمي. أما من حيث العمر، فإن الفئة الأكثر تمثيلاً هي (30-40 سنة) بنسبة (44.2%)، مما يدل على أن غالبية الصحفيين من الفئات العمرية الوسطى الأكثر نشاطاً في الميدان.

خامساً: أداة الدراسة

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة، وذلك لملاءمتها لطبيعة الأبحاث الإعلامية الميدانية، وقدرتها على قياس الاتجاهات والآراء بصورة كمية منظمة. صُممت الاستبانة وفق مقياس ليكرت الخماسي (من 1 = لا أوافق بشدة إلى 5 = أوافق بشدة)، وتضمنت مجموعة من العبارات التي تغطي محاور البحث الرئيسة. وتوزعت فقرات الاستبانة على خمسة محاور أساسية:

1. مدى استخدام المؤسسات الإعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي (12 عبارة)، ويقيس هذا المحور درجة التبني الفعلي لهذه التقنيات داخل غرف الأخبار.
2. مجالات العمل الصحفي المتأثرة بالذكاء الاصطناعي (8 عبارات)، ويقيس أهم الأنشطة المهنية (جمع الأخبار، التحرير، النشر، التفاعل مع الجمهور).
3. انعكاسات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية الصحفية (20 عبارة)، ويغطي القيم الرئيسة مثل: الدقة، المصداقية، الحياد، الموضوعية، والاستقلالية.
4. موقف الصحفيين العراقيين من استخدام الذكاء الاصطناعي (8 عبارات)، ويقيس اتجاهاتهم نحو هذه التقنيات بين القبول والتحفظ.

5. الضوابط والتشريعات المهنية المنظمة لاستخدام الذكاء الاصطناعي (8 عبارات)، ويركز على الحاجة إلى الأطر التنظيمية والرقابية التي تضبط الاستخدام. كما تضمنت الاستبانة قسماً خاصاً بـ البيانات الديموغرافية (الجنس، العمر، سنوات الخبرة، نوع المؤسسة الإعلامية)؛ بهدف تحليل الفروق بين المبحوثين وفق هذه المتغيرات. الخصائص السيكمترية لأداة الدراسة

الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في الإعلام وطرق البحث العلمي، بهدف التأكد من وضوح العبارات وسلامة صياغتها وانسجامها مع أهداف الدراسة. وقد أبدى المحكمون ملاحظاتهم التي أخذها الباحث بعين الاعتبار من حيث تبسيط بعض العبارات وإعادة صياغة أخرى بما يجعلها أكثر وضوحاً للمبحوثين. وبذلك تحقق للأداة صدق ظاهري مرتفع يعكس ملاءمتها لقياس الظاهرة قيد الدراسة.

صدق المحتوى

اعتمد الباحث في بناء فقرات الاستبانة على مراجعة الأدبيات النظرية والدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الذكاء الاصطناعي والقيم المهنية الصحفية. كما جرى توزيع الفقرات على محاور تغطي مختلف أبعاد الظاهرة (الاستخدام، المجالات، القيم المهنية، المواقف، الضوابط). وبذلك يمكن القول إن الأداة تمتعت بصدق محتوى، حيث شملت جميع الجوانب الأساسية للموضوع، ما يعزز من قدرتها على قياس المتغيرات المستهدفة بدقة وموضوعية.

ثبات أداة الدراسة

لقياس ثبات الاستبانة تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، وهو من أكثر الأساليب شيوعاً لقياس الاتساق الداخلي بين فقرات الأداة. وتدل القيمة المرتفعة على درجة موثوقية عالية، حيث يُعد المستوى (0.70) فما فوق مقبولاً في الدراسات الاجتماعية. أظهرت نتائج التحليل أن جميع محاور الاستبانة تمتعت بثبات مرتفع، مما يعزز من إمكانية الاعتماد عليها في قياس متغيرات الدراسة. ويوضح الجدول (2) معاملات كرونباخ ألفا لكل محور وللاستبانة ككل:

جدول (2): معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور الاستبانة

المحور	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
مدى استخدام المؤسسات الإعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي	12	0.809
مجالات العمل الصحفي المتأثرة باستخدام الذكاء الاصطناعي	8	0.827
القيم المهنية الصحفية	20	0.871
موقف الصحفيين العراقيين من استخدام الذكاء الاصطناعي	8	0.809
الضوابط أو التشريعات المهنية المنظمة	8	0.773
المقياس الكلي (جميع الفقرات)	56	0.953

تشير النتائج إلى أن جميع معاملات كرونباخ ألفا تجاوزت الحد المقبول (0.70)، مما يعكس اتساقاً داخلياً جيداً بين فقرات الأداة. كما أن القيمة الكلية (0.953) تؤكد أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية جداً من الموثوقية، مما يعزز ثقة الباحث بالنتائج المستخلصة منها.

نتائج الدراسة

التمهيد

بعد التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، جرى تحليل استجابات أفراد العينة البالغ عددهم (120) صحفياً لمعرفة انعكاس توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإعلامية العراقية على القيم المهنية. وقد تناولت النتائج الإجابة عن أسئلة الدراسة الخمسة وفق الترتيب الوارد في خطة البحث، حيث سيتم عرض النتائج لكل سؤال على حدة مع الجداول التوضيحية، ثم تحليلها وربطها بالدراسات السابقة.

نتائج السؤال الأول

ما مدى استخدام المؤسسات الإعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الصحفي؟

جدول (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستخدام الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الصحفي

الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
تعتمد مؤسستي على أدوات الذكاء الاصطناعي في كتابة الأخبار العاجلة.	4.05	0.732	مرتفعة
يتم استخدام الذكاء الاصطناعي في صياغة العناوين الصحفية.	3.88	0.758	مرتفعة

مرتفعة	0.833	4.06	تعتمد غرفة الأخبار على تقنيات الذكاء الاصطناعي في تحرير النصوص.
متوسطة	0.849	3.63	يستخدم الذكاء الاصطناعي في تلخيص الأخبار الطويلة.
مرتفعة	0.814	3.97	توظف المؤسسة الذكاء الاصطناعي في الترجمة الصحفية.
مرتفعة	0.876	3.83	يتم الاعتماد على الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار (Fact-checking).
مرتفعة	0.969	3.79	يستخدم الذكاء الاصطناعي في إعداد التقارير الصحفية المتخصصة.
مرتفعة	0.907	3.98	تعتمد المؤسسة على الذكاء الاصطناعي في كتابة النصوص الإعلانية.
مرتفعة	0.877	3.89	الذكاء الاصطناعي أداة رئيسية في إنتاج المحتوى على المنصات الرقمية.
مرتفعة	0.891	3.88	لا يوجد استخدام للذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار (عكسية).
مرتفعة	0.907	3.84	الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يختصر وقت تحرير الأخبار.
مرتفعة	0.807	3.89	هناك خطة مؤسسية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي في التحرير.
مرتفع	0.485	3.89	المتوسط الكلي

تشير النتائج إلى أن مستوى استخدام المؤسسات الإعلامية العراقية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في كتابة المحتوى الصحفي جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (3.89) وانحراف معياري (0.485). ويتضح أن أبرز مجالات الاستخدام تمثلت في تحرير النصوص (4.06) وإعداد الأخبار العاجلة (4.05)، وهو ما يعكس اعتماداً متزايداً على هذه التقنيات في المهام التحريرية السريعة والدقيقة. كما أظهرت النتائج توظيفاً ملحوظاً للذكاء الاصطناعي في الترجمة الصحفية (3.97) وكتابة النصوص الإعلانية (3.98)، مما يشير إلى اتساع نطاق الاستخدام ليشمل الجوانب التحريرية والتجارية معاً.

أما الاستخدام الأقل نسبياً فكان في مجال تلخيص الأخبار الطويلة (3.63)، وهو ما قد يعكس حاجة المؤسسات إلى تطوير أدوات أكثر كفاءة في هذا الجانب. كما أن وجود خطة مؤسسية واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة مرتفعة (3.89)، ما يشير إلى توجه تنظيمي لدى بعض المؤسسات، وإن كان لا يزال متفاوتاً بين مؤسسة وأخرى.

تتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة الشمري (2024) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً مهماً في إدارة المضمون الصحفي داخل المؤسسات العراقية. كما تدعم ما ذهب إليه إسماعيل (2022) في السياق المصري، حيث أظهرت أن 60% من الصحفيين يرون أن الذكاء الاصطناعي أسهم في تطوير المحتوى. وتتسجم أيضاً مع نتائج Zhaxylykbayeva et al. (2025) التي أشارت إلى أن الذكاء الاصطناعي يتميز بالوضوح الهيكلي والسرعة في إنتاج النصوص.

نتائج السؤال الثاني

ما هي مجالات العمل الصحفي التي سوف تتأثر باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟
جدول (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمجالات العمل الصحفي المتأثرة باستخدام الذكاء الاصطناعي

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.903	3.88	يؤثر الذكاء الاصطناعي في عمل المحررين.
مرتفعة	0.890	4.07	يسهم الذكاء الاصطناعي في عمل المراسلين الصحفيين.
مرتفعة	0.816	3.92	يقلل الذكاء الاصطناعي من الحاجة إلى المصورين الصحفيين.
مرتفعة	0.986	3.79	يساهم الذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات الجمهور واهتماماتهم.
مرتفعة	0.931	3.80	يغير الذكاء الاصطناعي طريقة عمل الصحافة الرقمية.
مرتفعة	0.917	3.76	يؤثر الذكاء الاصطناعي على عمل مدققي الأخبار.
مرتفعة	0.900	3.78	يقلل الذكاء الاصطناعي من الحاجة إلى الكتابة اليدوية للنصوص.
مرتفعة	0.907	3.72	الذكاء الاصطناعي لا يؤثر على إنتاج المحتوى الإعلامي. (عكسية)
مرتفع	0.611	3.84	المتوسط الكلي

تشير النتائج إلى أن تأثير الذكاء الاصطناعي على مجالات العمل الصحفي جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط كلي (3.84) وانحراف معياري (0.611). وجاءت أعلى المجالات تأثراً في عمل المراسلين الصحفيين (4.07)، وهو ما يعكس اعتماد المؤسسات على الذكاء الاصطناعي في جمع المعلومات، وتحليل البيانات الميدانية بسرعة أكبر. كما أظهر الذكاء

الاصطناعي أثراً بارزاً في تقليل الحاجة إلى المصورين الصحفيين (3.92) ، نتيجة لتطور تقنيات المعالجة البصرية والروبوتات الإعلامية.

أما في مجال تحليل بيانات الجمهور (3.79) وتغيير أساليب الصحافة الرقمية (3.80) فقد ظهر تأثيره بدرجة مرتفعة، مما يعكس دوره في تخصيص المحتوى وإدارة العلاقة مع القراء عبر المنصات الرقمية. كذلك برز تأثيره في عمل مدققي الأخبار (3.76) ، ما يعكس استخدام تقنيات *Fact-checking*، وإن كان هذا المجال لا يزال بحاجة إلى تدخل بشري مكثف لضمان الدقة.

تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة Boumkheila (2023) التي أكدت أن الذكاء الاصطناعي غير من آليات العمل التحريري وأساليب إنتاج المحتوى، ومع دراسة عبد الخالق محمد (2025) في البحرين التي أظهرت أن أبرز تأثيراته تكمن في تعزيز إنتاج الأخبار السريعة وتحليل البيانات. كما تدعم النتائج ما ذهب إليه Fanta (2017) حول قدرة الذكاء الاصطناعي على إعادة تشكيل دور المراسلين عبر الاعتماد على الخوارزميات في جمع البيانات.

نتائج السؤال الثالث

ما انعكاسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية (الموضوعية، الدقة، الحياد، الاستقلالية، المصداقية)؟

جدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لانعكاسات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية

القيمة المهنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
الموضوعية	4.00	0.498	مرتفعة
الدقة	3.97	0.545	مرتفعة
الحياد	4.00	0.550	مرتفعة
الاستقلالية	3.81	0.565	مرتفعة
المصداقية	3.90	0.640	مرتفعة
المتوسط الكلي للقيم المهنية	3.94	0.445	مرتفع

تشير النتائج إلى أن المستوى الكلي لانعكاسات الذكاء الاصطناعي على القيم المهنية الصحفية جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط (3.94) وانحراف معياري (0.445) ، جاءت الموضوعية

والحياد في المرتبة الأولى (4.00) مما يدل على أن الصحفيين يرون في الذكاء الاصطناعي أداة تعزز الحياد وتقلل من التحيزات الفردية، تلتها الدقة بمتوسط (3.97)، وهو ما يعكس دور الذكاء الاصطناعي في رفع جودة التحرير والتقليل من الأخطاء بفضل أدوات التحقق التلقائي. (Fact-checking)، أما المصادقية فقد سجلت (3.90)، وهي مرتفعة لكنها أقل نسبياً من الموضوعية والحياد، ما يعكس وجود مخاوف من إمكانية نشر أخبار مضللة نتيجة الاعتماد غير المدروس على الخوارزميات.، وأخيراً، جاءت الاستقلالية بالمرتبة الأخيرة (3.81)، ما يشير إلى أن هناك تحفظاً لدى الصحفيين بشأن مدى حفاظ الذكاء الاصطناعي على استقلال قراراتهم المهني، في ظل تدخل المؤسسات والأنظمة الرقمية في إنتاج المحتوى. تتفق هذه النتائج مع دراسة Zhaxylykbayeva et al. (2025) التي أوضحت أن النصوص المنتجة بالذكاء الاصطناعي تتسم بالوضوح الهيكلي والحياد النسبي، مما يعزز الموضوعية. كما تدعم نتائج Alzoubi et al. (2024) في الأردن التي أشارت إلى أن أهم ما يقدمه الذكاء الاصطناعي هو تحسين الدقة، رغم وجود تحديات مرتبطة بالتحيز والخصوصية.

نتائج السؤال الرابع

ما هو موقف الصحفيين العراقيين من استخدام الذكاء الاصطناعي في مؤسساتهم؟

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لموقف الصحفيين من الذكاء الاصطناعي

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.907	3.84	الاعتماد على الذكاء الاصطناعي يضعف ثقة الجمهور بالصحافة. (عكسية)
مرتفعة	0.807	3.89	أرى أن الذكاء الاصطناعي فرصة لتطوير المهنة الصحفية.
مرتفعة	0.903	3.88	أشعر بالقلق من فقدان وظيفتي بسبب الذكاء الاصطناعي.
مرتفعة	0.890	4.07	أعتقد أن الذكاء الاصطناعي يزيد من أعباء الصحفي.
مرتفعة	0.816	3.92	أؤمن بأن الذكاء الاصطناعي يرفع كفاءة العمل الصحفي.
مرتفعة	0.986	3.79	أرى أن الذكاء الاصطناعي يهدد أخلاقيات المهنة.
مرتفعة	0.931	3.80	الذكاء الاصطناعي لا يمثل قيمة مضافة للعمل الصحفي. (عكسية)
مرتفعة	0.917	3.76	أعتبر أن الجمع بين الذكاء الاصطناعي والصحفي البشري هو الحل الأمثل.

مرتفعة	0.900	3.78	أرى أن الذكاء الاصطناعي فرصة لتطوير المهنة الصحفية. (مكررة)
مرتفع	0.586	3.86	المتوسط الكلي

تشير النتائج إلى أن موقف الصحفيين العراقيين من استخدام الذكاء الاصطناعي جاء بدرجة مرتفعة بمتوسط كلي (3.86) وانحراف معياري (0.586) أبرز المخاوف تمثلت في زيادة أعباء الصحفي (4.07) والقلق من فقدان الوظيفة (3.88) ، وهو ما يعكس جانباً من التهديد المهني الذي يشعر به بعض الممارسين. في المقابل، أكد الصحفيون أن الذكاء الاصطناعي يمثل فرصة لتطوير المهنة (3.89) ورفع كفاءة العمل الصحفي (3.92) ، مما يبرز إدراكهم للفوائد المرتبطة بالتكنولوجيا. أما الجانب القيمي، فقد سجلت الفقرات المتعلقة بـ تهديد الأخلاقيات (3.79) وإضعاف ثقة الجمهور (3.84) نسباً مرتفعة نسبياً، مما يعكس وجود تحفظات أخلاقية ومهنية لدى الصحفيين. ومن الملاحظ أن غالبية الصحفيين يميلون إلى تبني النموذج التكاملي (3.76) القائم على الجمع بين الصحفي البشري والتقنيات الذكية باعتباره الحل الأمثل، بدلاً من الاستبدال الكامل.

تتفق هذه النتائج مع دراسة خلوف (2024) في فلسطين، التي بينت أن الصحفيين يرون الذكاء الاصطناعي أداة مساندة لا بديلاً عن العنصر البشري. كما تدعم نتائج سليمان (2023) في مصر التي أكدت أن الصحفيين المتخصصين يقدرون دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الأداء، لكنهم يخشون من تهديده لاستقلاليتهم. بينما تختلف جزئياً مع نتائج عبد الخالق محمد (2025) في البحرين التي أبرزت ضعف اهتمام المؤسسات أصلاً بتوظيف هذه التقنيات، ما يجعل المواقف أكثر تحفظاً مقارنة بالحالة العراقية التي أظهرت انفتاحاً أكبر.

نتائج السؤال الخامس

هل هناك ضوابط أو تشريعات مهنية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي داخل المؤسسات الإعلامية العراقية؟

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للضوابط والتشريعات المهنية

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
مرتفعة	0.907	3.72	هناك حاجة ماسة لتشريعات تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
مرتفعة	0.777	4.03	يجب أن تضع المؤسسات الإعلامية سياسات واضحة لاستخدام الذكاء الاصطناعي.
مرتفعة	0.877	3.89	من الضروري وضع مدونات سلوك مهنية مرتبطة بالذكاء الاصطناعي.
مرتفعة	0.891	3.88	يجب أن تخضع تطبيقات الذكاء الاصطناعي للمساءلة القانونية.
مرتفعة	0.907	3.84	لا أرى حاجة لتشريعات جديدة تخص الذكاء الاصطناعي. (عكسية)
مرتفعة	0.807	3.89	يجب أن تنظم نقابات الصحفيين استخدام الذكاء الاصطناعي.
مرتفعة	0.903	3.88	غياب التشريعات يزيد من مخاطر استخدام الذكاء الاصطناعي.
مرتفعة	0.890	4.07	وجود أطر تشريعية سيحمي القيم المهنية للصحفيين.
مرتفع	0.542	3.90	المتوسط الكلي

أظهرت النتائج أن درجة الموافقة على أهمية وجود ضوابط وتشريعات مهنية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام جاءت بدرجة مرتفعة بمتوسط كلي (3.90) وانحراف معياري (0.542) أعلى القيم سجلت في ضرورة وجود أطر تشريعية لحماية القيم المهنية (4.07) ووضع سياسات واضحة داخل المؤسسات الإعلامية (4.03)، مما يعكس وعياً متزايداً لدى الصحفيين بأهمية التنظيم المؤسسي والتشريعي. كما أكد المبحوثون على ضرورة مدونات السلوك (3.89) والمساءلة القانونية (3.88)، وهو ما يعزز المطالب بمواءمة الاستخدام التقني مع الأبعاد الأخلاقية والقانونية. في المقابل، جاءت الفقرة العكسية (لا أرى حاجة لتشريعات جديدة) بمتوسط (3.84)، ما يشير إلى وجود أقلية من الصحفيين الذين يرون أن التشريعات القائمة قد تكون كافية، لكنها ليست الأغلبية. تتسق هذه النتائج مع ما ذهب إليه Alzoubi et al. (2024) الذين أكدوا على أن غياب التشريعات يمثل أبرز التحديات الأخلاقية المرتبطة بالذكاء الاصطناعي في الإعلام. كما تدعم ما ورد في دراسة Hagerty

(Rubinov 2019) حول أهمية تطوير أطر تنظيمية عالمية لتجنب المخاطر الاجتماعية والأخلاقية المرتبطة باستخدام الخوارزميات.

التوصيات

1. تعزيز البنية التحتية التقنية في المؤسسات الإعلامية العراقية من خلال الاستثمار في برمجيات الذكاء الاصطناعي وتوفير الأجهزة والخدمات الداعمة.
2. تضمين مناهج تعليمية وتدريبية متخصصة في كليات الإعلام حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأدواته الصحفية، لتمكين الطلبة من التعامل مع هذه التقنيات بكفاءة.
3. إطلاق برامج تدريب مستمرة للصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية حول الاستخدام المهني والأخلاقي للذكاء الاصطناعي، مع التركيز على تقنيات التحقق من الأخبار. (Fact-checking)
4. وضع سياسات واضحة داخل المؤسسات الإعلامية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي بما يضمن تعزيز القيم المهنية (الموضوعية، الدقة، المصداقية، الاستقلالية، الحياد).
5. تطوير تشريعات وطنية تنظم استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام، مع فرض آليات للمساءلة القانونية للحد من الانتهاكات أو التلاعب بالمحتوى.
6. تشجيع النموذج التكاملي الذي يجمع بين الذكاء الاصطناعي والصحفي البشري بدلاً من استبدال أحدهما بالآخر، بما يحافظ على البعد الإنساني للمهنة.
7. تأسيس وحدات مراقبة وأخلاقيات إعلامية داخل المؤسسات الصحفية لمتابعة جودة المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وضمان توافقه مع المعايير المهنية.
8. تعزيز التعاون بين النقابات الصحفية والهيئات الأكاديمية لتبني مدونات سلوك مهنية خاصة باستخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام العراقي، وتعميمها على المؤسسات الإعلامية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أبو الحسن، فاطمة شعبان. (2023). اتجاهات دارسية وممارسي الإعلام إزاء توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في العمل الإعلامي في ضوء النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 42، 83.41-
- الشرقاوي، إيمان. (2022). توظيف المؤسسات الصحفية لتقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في أوقات الأزمات: كورونا نموذجاً. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 1. (24) القاهرة: مصر.
- الزعنون، إسماعيل. (2021). اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي وانعكاسه على المصادقية والمهنية. رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- سليمان، ماجدة عبد المرحي محمد. (2023). اتجاهات الصحفيين المتخصصين نحو أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المضامين المتخصصة وعلاقتها بتطوير مستوى أدائهم المهني: دراسة ميدانية في إطار النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 25، 66.1-
- عبد الأمير كريم، عبير، &حسن، هادي فليح. (2025). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير العمل الصحفي وانعكاسه على المصادقية والمهنية. مجلة العلوم الاجتماعية، 9(35)، 1. 20-المركز الديمقراطي العربي.
- عبد الخالق محمد، نادر محمد صديق. (2025). اتجاهات النخبة نحو استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الصحفي بالمؤسسات الصحفية البحرينية. مجلة بحوث الاتصال الرقمي، 1(2)، 240.215-
- فرجاني، علي. (2021). التقنيات الرقمية وتطبيقاتها في الإعلام: الذكاء الاصطناعي وإدارة المحتوى. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- قاسم، محمود Employing AI Technologies in News Notifications for Electronic Platforms: Field Study on Communicators in Iraqi News Websites. Dirasat: Human and Social Sciences. (2024).
- خلوف، محمود. (2024). انعكاسات توظيف الذكاء الاصطناعي على العمل المهني في المؤسسات الإعلامية الفلسطينية من وجهة نظر القائمين بالاتصال. مجلة الجامعة

- العربية الأمريكية للبحوث، 38(6)، 2214 .
<https://doi.org/10.35552/0247.38.6.2214>
- حداد، عصمت ثلجي. (2023). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الصحفية الأردنية وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين .المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 25، 60.37-
 - رشدي، فتحي إبراهيم إسماعيل. (2022). اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الذكاء الاصطناعي في تطوير المحتوى الصحفي بالصحف والمواقع المصرية: دراسة ميدانية لمواقع المصري اليوم، مصراوي، القاهرة 24 .المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 21(1-4)، 89.42-
 - الشمري، مرتضى حسن علي. (2024). توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في العمل الصحفي وانعكاسه على الممارسة المهنية للصحفيين العراقيين .مجلة واسط للعلوم الإنسانية، 20(4)، 732 .
<https://doi.org/10.31185/wjfh.Vol20.Iss4.732>
 - لراة، خالد، &نذير، منى مایسة. (2023). مستقبل مهنة الإعلام في ظل بروز الذكاء الاصطناعي: هل ستستغني المؤسسات الإعلامية عن صحافييها؟ مجلة رقمنة للدراسات الإعلامية والاتصالية، 3(2)، 66.50-
 - محمد، سمر علي حسن. (2023). اتجاهات النخبة الإعلامية والأكاديمية نحو توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الميدان الصحفي .المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 84(ج2)، أعمال المؤتمر العلمي الدولي الثامن والعشرون لكلية الإعلام.
 - موسى، عيسى، &عبد الفتاح، أحمد. (2020). اتجاهات الصحفيين والقيادات نحو توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل غرف الأخبار بالمؤسسات الصحفية المصرية .المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 19(1).
 - بومخيلة، خالد. (2023). تكييف الصناعة الإعلامية مع تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في وسائل الإعلام: الإمكانيات وأفق الاستخدام .مجلة الدراسات الإعلامية والاتصالية، 3(2).جامعة الجزائر.
 - باديس، خديجة. (2015). تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي: محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Abdulmajeed, M., & Fahmy, N. (2022). Meta-analysis of AI research in journalism: Challenges, opportunities and future research agenda for Arab journalism. In Artificial Intelligence Systems and the Internet of Things in the Digital Era. Proceedings of EAMMIS Conference. Springer Nature Switzerland.
- Alalaq, A. S. (2025). The Oxford Insights Government AI Readiness Index (GARI): An Analysis of its Data and Overcoming Obstacles, with a Case Study of Iraq. arXiv preprint arXiv:2503.20833. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2503.20833>
- Alzoubi, O. A., Ahmad, N., & Abdul Hamid, N. (2024). Artificial Intelligence in Newsrooms: Ethical Challenges Facing Journalists. Studies in Media and Communication, 12(1), 401. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i1.6587>
- Azziz, S. S. (2025). Employing AI Technologies in News Notifications for Electronic Platforms: Field Study on Communicators in Iraqi News Websites. Dirasat: Human and Social Sciences, 52(6), 7793. <https://doi.org/10.35516/hum.v52i6.7793>
- Columbia Journalism School. (2017). Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism (Report). Columbia University.
- Fanta, A. (2017). Putting Europe's Robots on the Map: Automated Journalism in News Agencies. Reuters Institute Fellowship Paper. University of Oxford.
- Gutiérrez-Caneda, B., Lindén, C.-G., & Vázquez-Herrero, J. (2024). Ethics and journalistic challenges in the age of artificial intelligence: Talking with professionals and experts. Frontiers in Communication, 9, 1465178. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1465178>

- Hagerty, A., & Rubinov, I. (2019). Global AI Ethics: A Review of the Social Impacts and Ethical Implications of Artificial Intelligence. arXiv preprint arXiv:1907.07892. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1907.07892>
- Ibrahim, H. I., & Al-Hiti, H. Y. H. (2023). Challenges of Employing Artificial Intelligence Technologies in Iraqi Media Institutions (A Field Study). *Migration Letters*, 20(S2), 144–164.
- Marinescu, V., Fox, B., Roventafrumusani, D., Branea, S., & Marinache, R. (2022). News audience's perceptions of and attitudes towards AI-generated news. In *Futures of Journalism: Technology–Stimulated Evolution in the Audience–News Media Relationship*. Palgrave Macmillan.
- Zhaxylykbayeva, R., Burkitbayeva, A., Zhakhyp, B., Kabylgazina, K., & Ashirbekova, G. (2025). Artificial Intelligence and Journalistic Ethics: A Comparative Analysis of AI-Generated Content and Traditional Journalism. *Journalism and Media*, 6(3), 105. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030105>